

для детей. Владимир Орлов пишет книги на историческую тему на белорусском языке. Многие жители нашей страны из его произведений узнали больше об истории своей родины. Также широко известна его энциклопедия «Краіна Беларусь».

Наблюдается большое жанровое разнообразие среди читательских предпочтений. Люди читают и легкую литературу, и книги на серьезные темы.

Белорусским авторам нужна хорошая реклама. Следует рассказывать о них на телевидении, брать интервью, узнавать их мнение по тем или иным общественным вопросам.

Чтобы белорусская литература стала более популярной, следует обратиться к духовно-культурному наследию страны, сделать переворот в самом сознании людей. Нужно отойти от советского прошлого, понять, что Беларусь – самостоятельное государство со своей историей, героями. Следует печатать произведения авторов, имеющих разные точки зрения на события, которые происходят в нашей стране и за рубежом.

Литература

1. Петрова, Л.И. Основы редактирования / Л.И. Петрова. – Минск: Букмастер, 2012. – 384 с.
2. Крис, Р. Маркетинг / Р. Крис. – М.: Дело и Сервис, 2008. – 489 с.
3. Форсайт, П. Маркетинг в книгоиздании / П. Форсайт. – М.: Университетская книга, 2008. – 358 с.

Александра Соколова, Людмила Петрова
Белорусский государственный технологический университет

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ И СОЗДАНИЕ ЖУРНАЛА «МАСТЕР-КЛАСС»

Журнал «Мастер-класс» является периодическим изданием (выходит 1 раз в квартал), в каждом номере одинаковое количество страниц (56 страниц). Издание является популярным журналом (имеет постоянную рубрику, включает актуальные статьи и рекламу), который адресован массовому читателю.

В издаваемом журнале материал изложен в форме, доступной практически всем категориям читателей. Структура издания несложная, в журнале выделено 6 тематических рубрик, для каждой рубрики сверху страницы помещен свой колонтитул, который имеет цветное и шрифтовое оформление, что значительно облегчает поиск нужной статьи или блока.

Также в журнале есть содержание, которое находится сразу после статьи «Слово редактора», и это значительно облегчает поиск нужной статьи или привлекает внимание к определенной рубрике. В журнале размещена и реклама.

Объем издания «Мастер-класс» является оптимальным для периодического издания, выходящего 1 раз в квартал (56 страниц). Материал актуальный, статьи не повторяются, нет малозначимых деталей и неоправданных повторов, рекламных блоков оптимальное количество.

Материалы, помещаемые в журнале «Мастер-класс», разнообразны по жанрам и по языку. Несмотря на то что в журнале содержатся совершенно разнообразные статьи, мы попытались достичь целостности в восприятии языка и сделать речь правильной, прямой и выразительной.

Журнал «Мастер-класс» предназначен для всех, кто любит творить, мастерить и создавать что-то своими руками. Он освещает многообразный мир профессий, открывает привлекательность профессиональных умений, прививает желание творить своими руками, является средством проведения досуга.

Сегодня специалистами уже научно доказано, что литература способна существенно влиять на массовое сознание, менять и культивировать те или иные ценности, создавать ориентиры для развития людей. И если литература действительно учит прекрасному, учит распознавать добро и зло, представляя собой квинтэссенцию мыслей и размышлений лучших умов человечества, то сегодня она представляется одним из наиболее эффективных средств, которые могут сделать этот мир лучше, добрее. Журнал «Мастер-класс» благотворно влияет на вкус и видение прекрасного у читателей, несет в себе исключительно положительные эмоции, организует правильный полезный досуг, развивает эстетически чистые чувства.

Современная белорусская аудитория нуждается в изданиях подобного вида.

Рынок журналов по мастерству и рукоделию развит недостаточно хорошо. Конечно, существуют журналы по рукоделию, но, как правило, они включают отдельные темы (например, только вышивание или только вязание и т.д.). В журнале «Мастер-класс» размещается информация про множество различных отраслей рукоделия и не только. Также в нем публикуются советы по кулинарии, красоте, стилю и еще много полезной информации.

Весьма актуально издавать журнал, который благодаря своей тематической направленности будет хорошо продаваться и вызовет интерес покупателей.

Информация в журнале «Мастер-класс» представлена таким образом, чтобы, читая или пролистывая журнал, читатель получал не только позитивные эмоции, но и необходимую информацию. Так, эффективным средством представления информации являются иллюстрации. Они делают материал более доступным. Могут использоваться все виды иллюстраций: чертежи, схемы, графики, фотографии, рисунки и т.д. Иллюстраций большое количество, так как большинство мастер-классов требуют наглядного изложения для лучшего понимания читателем. В рассматриваемом журнале иллюстрации выполняют все три функции: информационную, эмоционально-психологическую и эстетическую.

Формат издания – это размеры страниц после обрезки блока. Выбор формата для книжной продукции производится по ГОСТ 5773-2003 «Издания книжные и журнальные. Форматы».

Для набора основного текста проектируемого издания был выбран кегль 10 пт., который, как правило, используется для основного текста в журнальных изданиях.

При планировании издания журнала «Мастер-класс» был организован сбор заявок от учреждений профессионально-технического и среднего специального образования, также изучено мнение управлений образования о возможности распространения его в общеобразовательных школах с целью профориентации и трудового воспитания.

Учитывая новизну данного издания, принято решение выпустить журнал средним тиражом 2000 экземпляров. Журнал будет опубликован Центром учебной книги и средств обучения УО «Республиканский институт профессионального образования», что подтверждается актом внедрения в УО РИПО. Принято решение распространять журнал через публичные библиотеки, киоски Белсоюзпечати и торговую сеть Белкниги, а впоследствии организовать подписку через подписные каталоги РУП «Белпочта».

Издательство постоянно стремится к привлечению новых читателей. Стратегия продвижения журнала «Мастер-класс» представляет собой взаимосвязанные и взаимодополняющие рекламные мероприятия, которые помимо выполнения своих задач увеличивают и усиливают эффект предстоящей активности. Была проделана серьезная работа по подбору тематических материалов для журнала, их иллюстрированию и художественному оформлению. Обозначены теоретические позиции, которыми необходимо руководствоваться редактору журнальной редакции, занимающемуся формированием журнала, рецензированием и редактированием материалов, оценкой художественного оформления популярных журналов. Проанализированы виды периодических изданий и примеры российских и белорусских журналов. Также был проведен анализ рынка журналов выбранной тематики. Определены основные тенденции в оформлении различных видов изданий. Рассчитана себестоимость журнала и приведены способы его распространения.

Журнал «Мастер-класс» имеет практическую значимость, поскольку позволит читателям юношеского возраста сориентироваться в мире профессий, обрести навыки в практических видах деятельности, мастерам даст возможность поделиться своими профессиональными умениями, а широкому кругу читателей – интересно провести досуг.

Литература

1. Петрова, Л.И. Основы редактирования / Л.И. Петрова. – Минск: Букмастер, 2012. – 384 с.

2. Дурович, А.П. Основы маркетинга: пособие / А.П. Дурович. – Минск: Тетра-Системс, 2009. – 236 с.

3. Антонова, С.Г. Редакторская подготовка изданий: учебник / С.Г. Антонова, В.И. Васильев, И.А. Жарков и др. – М.: МГУП, 2002. – 468 с.

Ирина Петрусевич

Учреждение «Редакция районной газеты «Голас Касцюкоўшчыны»

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ОФОРМЛЕНИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ ПЕЧАТНЫХ СМИ

Сегодня отмечается стремление многих региональных печатных изданий уйти от привычных стандартов в оформлении. Данная тенденция обусловлена желанием достичь большей визуальной выразительности, что отвечает требованиям современного читателя. Тем более что республиканские печатные издания всегда идут в ногу со временем и, периодически обновляя дизайн, остаются интересными и привлекательными для целевой аудитории не только своим контентом, но и визуально-графическим оформлением. В таких условиях районные газеты должны быть конкурентоспособными, дабы не потерять подписчиков по причине «невзрачности» и «старинного формата».

Рано или поздно, но редизайном начинают заниматься все районные газеты. Другой вопрос, что далеко не всем удастся достичь желаемого результата. Причина тому банальна – отсутствие элементарного вкуса и чувства меры. Вроде дизайнер-верстальщик поработал, изменил прежнее оформление, однако новое не стало лучше. Эффектной и главное – не такой как все – газета может стать только в том случае, если редакционный коллектив, изучив оформление других изданий, разработает четкую концепцию дизайна своей газеты, начиная от логотипа и завершая выбором наиболее удачных шрифтов для заголовочных комплексов, текстов, рекламно-информационных материалов.

При разработке дизайна районной газеты «Голас Касцюкоўшчыны» ставка была сделана на «воздух» и «легкость». Для достижения этого эффекта текстовые колонки верстаются без выравнивания по правой стороне, заголовочные комплексы также размещаются слева над текстом. Увеличились межстрочные интервалы, да и сам шрифт стал более легким и визуально «удобным». На газетных полосах появились так называемые «белые пятна», которые также являются графическими элементами и позволяют создавать визуальные акценты. Отсутствие линеек, рамок, обрамляющих материалы, внесло дополнительную легкость. С этой же целью черный цвет не используется в 100-процентном варианте, предпочтение отдается 60–80 %.

Переход на полноцветную печать региональных газет – своевременный и очень важный шаг. Цвет расширяет творческие и технические возможнос-